

راهبردهای رسانه‌های برای مقابله با چالش‌های فراروی وحدت اسلامی

راهبردهای رسانه‌های برای مقابله با چالش‌های فراروی وحدت اسلامی

محسن پاك آیین[1]

مشاور رئیس سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی - ایران

بناام خداوند بخشنده مهربان

مقدمه:

با سپاس و حمد الهی و عرض سلام، از حضور خود در بیست و دومین کنفرانس بین المللی وحدت اسلامی ابراز خرسندی می‌مایم. از خداوند بزرگ توفیق این اجلاس در تحقق اهداف مجمع جهانی تقریب بین مذاهب اسلامی را خواستارم.

امروز در حالی که جهان اسلام بیش از هر زمان دیگر به وحدت و تفاهم نیاز دارد دستگانه‌های تبلیغاتی غرب با سو استفاده از فن آوری ارتباطات، عملیات روانی و تبلیغی، قدرت نرم و جنگ رسانه ای، وحدت جهان اسلام را نشانه گرفته اند. در این عرصه گسترش ارتباطات در حوزه‌های فرهنگی و دینی موجب شده تا

نظام‌های رسانه‌ای در دنیا به عنوان ابزاری مؤثر برای تأثیر گذاری بر افکار عمومی فعالیت خود را دنبال نمایند. از سوی دیگر گسترش روزافزون گفتمان‌های عمومی در برابر گفتمان‌های رسمی نقش رسانه را افزایش داده و منجر به ورود گفتمان‌های غیر رسمی به حوزه رسانه شده است.

در ارتباط با اهمیت فعالیت‌های رسانه‌های حضرت آیت‌الله خامنه‌ای رهبر معظم انقلاب اسلامی ایران فرموده اند [2]:

" امروز شما ببینید وسایل تبلیغ در دنیا چقدر متنوع شده، این طرف دنیا یک نفر جوان پای یک دستگاه کوچک می‌نشیند و افکار، تصورات، تخیلات، پیشنهادهای فکری و پیشنهادهای عملی را از سوی هر کسی - بلکه هر ناکسی - از آن طرف دنیا دریافت می‌کند. امروز اینترنت و ماهواره و وسایل ارتباطی بسیار متنوع وجود دارد و حرف، آسان به همه جای دنیا می‌رسد. میدان افکار مردم و مؤمنین، عرصه‌ای کارزار تفکرات گوناگون است. امروز ما در یک میدان جنگ و کارزار حقیقی فکری قرار داریم. این کارزار فکری به هیچ وجه به زبان ما نیست، به سود ماست. اگر وارد این میدان بشویم و آنچه را که نیاز ماست - از مهمات تفکر اسلامی و انبیا‌های معارف الهی و اسلامی - بیرون بکشیم و صرف کنیم، قطعاً بُرد با ماست، لیکن مسأله این است که ما باید این کار را بکنیم."

در این عرصه قدرتهای بزرگ از راه تسلط بر شبکه‌های ارتباطی و رسانه‌های جمعی، عادات و آداب خود را در دیگر کشورها رواج می‌دهند تا با تضعیف فرهنگ‌های ملل دیگر، اندیشه ایجاد جهانی تک فرهنگی را محقق سازند.

اشاعه تفکرهای متنوع اعم از مذاهب و ادیان، مکتب‌های زمینی و مادی، ملیتها و قومیتها از طریق رسانه‌های سنتی و مدرن، ادیان و مذاهب را در معرض یک رقابت کاذب قرار داده و عامل مهمی برای تفرقه و تشتت بین پیروان مذاهب بخصوص در جهان اسلام شده است. این آشکار است که وقتی روح اسلام و فرهنگ مسلمانان با رواج فرهنگ غرب از جامعه اسلام رخت بربندد، «اتحاد» که یکی از مظاهر فرهنگ اسلامی است، در کشورهای اسلامی و میان مسلمانان محقق نخواهد گشت.

کارکرد رسانه‌ها، مطبوعات، شبکه‌های ماهواره‌ای و خبری، در عصر حاضر چنان گسترش یافته که قدرتهای بزرگ بخش اعظمی از بودجه را برای ساخت و یا نظارت بر این بخشها اختصاص داده اند. نمود این تحرکات را میتوان در سیاست‌های جنگ طلبانه آمریکا در افغانستان و عراق مشاهده کرد که با استفاده از تبلیغات و گزارشات منتشره در نشریات و رسانه‌های وابسته، توانست اجماع جهانی را جهت حمله نظامی به

این کشورها به دست آورد. در این برهه متاسفانه بسیاری از رسانه‌های جهان اسلام نیز در دام شگردهای حرفه‌ای نظریه پردازان حوزه ارتباطات و مدیریت رسانه‌های غرب گرفتار شده و حرکت مستقلی را برای مقابله با این وضعیت صورت ندادند.

البته در سالهای اخیر گام‌های مثبتی در کشورهای اسلامی جهت ایجاد هماهنگی رسانه‌های برداشته شده که نمود آن کنفرانس وزرای کشورهای اسلامی در عربستان است. در این اجلاس مطرح شد که کشورهای اسلامی باید شبکه‌های منسجم و هدفمند برای خنثی‌سازی توطئه‌های رسانه‌های دشمنان داشته باشند. همچنین از سرمایه داران مسلمان خواسته شد که سرمایه خود را به جانب راه اندازی، توسعه و گسترش رسانه‌های جمعی معطوف نمایند و رسانه‌های اسلامی بیش از پیش شبکه‌های انگلیسی زبان خود را علیه فشارهای روانی و رسانه‌های غرب به کار گیرند. در نهایت هم قرار شد براساس یک طرح، شبکه‌های خبری و رسانه‌های واحدی از طریق سران کنفرانس اسلامی احداث گردد که ضمن بررسی تحولات جهان اسلام برای مقابله با توطئه‌های دشمنان فعالیت نماید. اما علیرغم این رویکرد جدید، در عرصه عمل اتفاق مهمی صورت نپذیرفت و تحول مهمی در جهت بهره‌گیری از رسانه رخ نداد.

واقعیت این است که همان‌گونه که ایجاد تفرقه میان مذاهب از طریق رسانه‌های سنتی و مدرن ممکن است، برای مقابله با عوامل تفرقه و حرکت به سوی تقریب مذاهب اسلامی نیز باید از همین رسانه‌ها استفاده کرد. ابزارهایی که میتوانند نقش مهمی در پیشرفت و ایجاد وحدت میان مسلمانان داشته و در تقریب و نزدیکی میان مذاهب بسیار تاثیرگذار باشند.

اهمیت نقش رسانه در عرصه دین و فرهنگ

در اهمیت نقش رسانه در تقویت مبانی دینی توجه به موضع مسیحیت کاتولیک حائز اهمیت است. واتیکان در دومین شورای خود درباره رسانه‌ها و نقش و مسئولیتهای آنها در جامعه، رسانه‌ها را هدیه‌های الهی [3] قلمداد نموده که زمینه اتحاد مردم را فراهم می‌آورند. در این شورا گفته می‌شود که کلیسا امروزه برای گسترش معنویت و تعالیم دینی، به طور اساسی نیازمند مطالعه، ارزیابی و استفاده صحیح از تکنولوژی ارتباطات و رسانه‌هاست.

جهت‌گیری رسانه‌های سنتی و مدرن غرب بخصوص در عرصه هنر و سینما نشانگر آن است که مقابله با رشد

اسلام از طریق ایجاد تفرقه در میان مسلمانان از اولین اولویتهای فرهنگی جهان غرب بوده است. چنانکه در تمامی این آثار ضد اسلامی میتوان مصادیق «تمسخر، تحقیر، تحریف و تهدید» را در مواجهه با مسلمانان شناسایی کرد. با توجه به این مصادیق شاید بتوان گفت که هیچ فتنهای در آخرالزمان بزرگتر از «فتنه رسانهها» نیست. قدرت نفوذ و میدان عمل این جادوی قرن بیست و یکم که شاید همان دجال آخرالزمان باشد تهدیدی فراگیر است که وحدت اسلامی و آینده مسلمانان را نشانه گرفته است.

در جهان امروز دستگاههای تبلیغی غرب با استفاده از رسانه ایجاد تفرقه در سطوح ملی و فرا ملی را برای عدم انسجام مسلمانان تجربه کرده و کماکان در دستور کار دارند. جهان غرب ایجاد تفرقه در سطوح ملی در کشورهای اسلامی را موجب تشتت و اختلاف در یک واحد از جهان اسلام دانسته و تحقق این هدف را در امتداد سیاست کلی جلوگیری از وحدت جهان اسلام می داند. به عبارت دیگر هنگامی که کشورهای اسلامی دچار جنگها و منازعات داخلی باشند بطور طبیعی نمی توانند جهان اسلام را برای ایجاد یک اتحاد بزرگ یاری نمایند و در نتیجه اختلافها در سطوح ملی موجب اختلاف در سطوح فراملی در حیطه جهان اسلام خواهد شد. برای مثال نقش رسانهها در ایجاد اختلاف و منازعه بین مسلمانان و گروههای ملی و اسلامی در فلسطین، لبنان، حوزه ففجاز، بالکان و اروپای شرقی نمونههای از این ترفندهای تفرقه آمیز است. در برخی از این کشورها مانند حوزه بالکان شاهد آن بودیم که رسانههای وابسته به غرب با هدایت افکار عمومی جامعه خویش را به شورش علیه حاکمیت فراخواندند و نوعی انقلابی موسوم به مخملی را ایجاد نمودند. این اتفاقات در مناطقی موجب تضعیف جدی مسلمانان و کشتار آنان گردید و در مناطقی نیز منجر به آن شد که دولتهای وابسته به غرب به قدرت برسند.

" در کشورهای مزبور بنیاد اوپن سوساییتی [4] متعلق به جرج سوروس، صهیونیست و از شاگردان کارل پوپر، ضمن فعال کردن نهادهای غیر دولتی برای سازماندهی سیاسی جامعه، دهها رسانه را برای مهندسی افکار عمومی هدایت میکرد. سوروس در لبنان نیز کوشید در پی ترور رفیق حریری، یک انقلاب مصنوعی ایجاد کند اتفاقی که در روزنامه شرق با نام «انقلاب رنگی در بیروت» مورد استقبال واقع شد. اما هوشیاری جامعه لبنان و مهندسی خوب حرکت جامعه از سوی حزب الله و برگزاری راهپیمایی دو میلیونی مردم با فراخوانی نصرالله، این پروژه را ناکام گذاشت."

امروزه تنها در جمهوری آذربایجان، 20 موسسه خبری با سرمایه سوروس فعالیت میکنند. این رسانهها به جای آنکه در راستای همگرایی کشورهای اسلامی فعالیت کنند به ابزاری برای تضعیف اسلام در جامعه می پردازند. هم اکنون غیر از سوروس، صهیونیسم معروف رابرت مردوخ، مشهور به غول رسانهها؛ بیشترین رسانهها را در جهان در اختیار دارد و میکوشد افکار عمومی جهان اسلام را در جهت تقویت تفرقه هدایت

نماید. چند سال پیش هنگامی که شبکه الجزیره توانست محبوبیتی در افکار عمومی خاورمیانه کسب کند فاکس نیوز متعلق به مردوخ، شبکه الجزیره را خرید تا هدایت افکار عمومی اعراب را در جهت افزایش تضاد بین شیعه و سنی به عهده بگیرد. متأسفانه یکی از آسیب‌هایی که رسانه‌های کشورهای اسلامی با آن مواجهند الهام‌پذیری از رسانه‌های غربی از طریق دریافت خبر و تحلیل است. این امر موجب میشود که این رسانه‌ها نتوانند به خوبی در خدمت تعالی و پیشرفت جوامع خود قرار گرفته و گاهی نیز موجبات تفرقه در میان مسلمانان را هم فراهم می‌آورند. این اتفاق را بارها در لبنان، عراق و فلسطین شاهد بوده‌ایم. اما از سوی دیگر در سایه هوشمندی و سیاستگذاری صحیح می‌توان از عنصر رسانه جهت ایجاد اتحاد و تفاهم در جهان اسلام بهره جست.

"آل‌وین تافلر در موج سوم می‌گوید: «آیت‌الله خمینی(ره) در یک نبرد رسانه‌های انقلاب کرد. پیروان آیت‌الله خمینی(ره) کاملاً رسانه‌های موج اول یعنی موعظه‌های شفاهی و چهره‌به‌چهره روحانیون با مردم و موج دوم یعنی نوارهای صوتی را به خدمت گرفتند و همزمان رسانه موج سوم یعنی رادیو و تلویزیون، که در اختیار رژیم شاه بود را تحریم کردند. بنابراین پیام آیت‌الله خمینی به توده‌های مردم میرسید و ضمن زیر سوال بردن مشروعیت شاه، مردم را علیه شاه تهییج میکرد اما پیام شاه به جامعه نمی‌رسید.» [5]

اورت راجرز در کتاب "تکنولوژی ارتباطات: رسانه‌های جدید در جامعه" در سال 1986 یعنی، پس از گذشت هفت سال از رخداد انقلاب اسلامی ایران، بیان میکند که رژیم شاه علیرغم در اختیار داشتن رسانه‌های فراگیر نوشتاری و الکترونیک نتوانست در برابر شبکه ارتباطات سنتی ایستادگی کند و درسی که کشورهای جهان سوم باید از انقلاب ایران بگیرند، این است که اهمیت بیشتری به کانال‌های بین‌فردی یا رسانه‌های کوچک بدهند". امروزه دیپلماسی رسانه‌های آمریکا که یکی از اهداف آن ایجاد اختلاف بین مسلمانان است در وزارت خارجه این کشور 114 نوع فعالیت را به عنوان محصول این دیپلماسی دنبال میکند. از جمله این فعالیتها اعزام سخنران از آمریکا به خارج برای ارائه کنفرانس در مورد مواضع آمریکا می‌باشد. اهمیت این موضوع برای دستگاه دیپلماسی آمریکا تا بدان حد است که در راستای ارتقای دیپلماسی رسانه‌های و بهسازی چهره جهانی آمریکا حدود یک میلیارد و 225 میلیون دلار در هر سال در اختیار وزارت خارجه آمریکا قرار میگیرد.

مشخصات فعالیت‌های رسانه‌های جهان غرب

الف- مشخصه مهم دیپلماسی رسانه‌های جهان غرب، همراهی با رسانه‌های رژیم صهیونیستی است. امروزه بسیاری از رسانه‌های جهانی به دست قدرتهای غربی و یا لابی صهیونیستی تاسیس یا اداره میشوند. تلاش این

رسانهها در این جهت است که فرهنگ غربی را فرهنگ برتر معرفی کرده و فرهنگ دیگر ملل را قدیمی، کهنه و بی خاصیت جلوه دهد و اینگونه القا شود که این فرهنگ دیگر برای عصر حاضر پاسخگو نیست.

ب- مشخصه دوم تحریف یا سانسور بسیاری از خبرهای مربوط به جهان اسلام بویژه جنایاتی که علیه مسلمانان صورت میگیرد می باشد. سانسور خبری باعث شده که واقعیت‌های جهان اسلام بصورت غیر واقعی مطرح گردند. در واقع دشمنان اسلام با بهره‌گیری از رسانهها، به تزلزل و تخریب چهره اسلام و مسلمانان میپردازند. این تبلیغات تا بدان حد گسترده است که در بسیاری از کشورهای غربی و آمریکا به مسلمانان با چشم تروریسم و تهدید کنندگان صلح جهانی مینگرند. رسانه‌های غربی با تحریف اخبار سعی می‌کنند ایجاد نفرت از اسلام و مسلمانان را در افکار مردم جهان را نهدینه ساخته و زمینه تهاجم گسترده فرهنگی و نظامی به کشورهای اسلامی را فراهم کنند.

ج- مشخصه سوم مبارزه رسانه‌های غرب با وحدت جهان اسلام است. در واقع مقابله با تقریب مذاهب از طریق ایجاد اختلاف و نفاق میان مذاهب اسلامی با ابزار رسانه‌های سنتی نظیر مطبوعات، رادیو و تلویزیون و رسانه‌های مدرن نظیر سامانه‌های اینترنتی، سینما، تئاتر، انیمیشن و رسانه‌های مجازی اجرا می‌شود. غرب بودجه‌های بسیاری را برای تقویت این سیاست در نظر گرفته که در قالب تبلیغات گسترده عملیاتی شده است.

برای تحقق اهداف تقریبی در میان مذاهب اسلامی، یافتن شیوه‌هایی برای مقابله با تهدیدها و استفاده از فرصتها ضرورت دارد. امروزه در حوزه رسانه، شناخت ترفندهای رسانه‌های سنتی و مدرن برای ایجاد اختلاف بین مسلمانان و یافتن راه‌هایی برای مقابله با این ترفندها با اهمیت تلقی می‌شود.

طرح راهبردی تقریب رسانه‌های در جهان اسلام

تحقق شعار «اتحاد اسلامی» در حوزه بهره‌گیری شایسته از عنصر رسانه، ضرورت بررسی چگونگی تقویت سیاست رسانه و تقریب در میان مسلمانان جهان را از ابعاد گوناگون ایجاب مینماید. در فرآیند تدابیر تقریبی، سیاست رسانه‌های به مجموعه عواملی اطلاق میشود که دولتهای اسلامی و علمای تقریبی از طریق آن در بلند مدت الگوهای رفتاری و شیوه تفکر و زندگی ملت‌های مسلمان را در جهتی که تأمین‌کننده منافع و خواسته‌های همگرایان باشد هدایت میکنند. این ابعاد شامل بعد رسانه‌های و اطلاعاتی

(تلویزیون و رادیو، مطبوعات، کتابخانهها،) بعد هنری و ورزشی (تبادل هنرمندان و ورزشکاران، صادرات و واردات محصولات فرهنگی و جشنوارهها) بعد دینی (گفتگو بین ادیان و...) و بعد فرهنگی و علمی دربرگیرنده مبادلات علمی، دانشگاهی و اعزام و دعوت استاد و دانشجو و پژوهشگر با هدف ایجاد و تقویت دوستی و مودت میان مذاهب اسلامی میباشد. در این تعاریف کارکرد رسانه، برقراری پیوند بین بخشهای مختلف امت اسلامی است. به همین سبب میتواند در درون جامعه مسلمانان نوعی تفاهم و همگرایی را ایجاد نماید. در عین حال اگر رسانه به جای آنکه در خدمت اهداف تقریبی باشد، در خدمت دشمنان اسلام قرار گیرد می تواند به صورت عامل تفرقه و واگرایی جوامع مسلمان عمل نماید. در دهه های اخیر می توان نمونه های بارزی از همگرایی و تقریب اسلامی و واگرایی تفرقه آفرین را در جهان اسلام مشاهده کرد. اهمیت رسانه های مدرن یا دیجیتالی نیز هر روزه افزایش می یابد. نئووانجلیست ها یا گروهی که امروز به مسیحیان صهیونیست نیز موسوم شده و همپیمان نومحافظه کاران آمریکا هستند، از رسانه های مدرن برای تحقق اهداف خود به خوبی استفاده کرده اند. در واقع نقش این رسانه ها در متقاعد ساختن عامه مردم آمریکا برای حمایت از سیاست های نومحافظه کاران بسیار برجسته است. تا حدی که این پدیده را "تله وانجلیسم" [6] نامیده اند. همچنین عوامل اجتماعی و دینی نهضت نئووانجلیسم که تحت تاثیر گسترده رادیو و تلویزیون مذهبی و نهادهای چند رسانه ای قرار داشتند، کلیسای الکترونیک نام گرفته اند.

مجمع جهانی تقریب و مراحل تدوین سیاست های راهبردی رسانه ای

یکی از برنامه های راهبردی اعضای مجمع جهانی تقریب مذاهب اسلامی در جهت مقابله با تهدیدات و بهره گیری از فرصت ها، یافتن راه های برای استفاده از رسانه های سنتی و مدرن در کشورهای مختلف می باشد و در این ارتباط باید سیاست های راهبردی رسانه ای تدوین گردد. این فرآیند در برگیرنده سه مرحله می باشد :

الف- تدوین راهبردها

ب- اجرای راهبردها

ج- ارزیابی راهبردها

الف- تدوین راهبردها

مقصود از تدوین راهبرد، شناسایی فرصتها و تهدیداتی که در مسیر اجرای وظایف رسانه‌های وجود دارد، تعیین هدفهای بلند مدت و انتخاب روشهای عملیاتی میباشد. برپایه آنچه بیان شد میتوان به دو راهبرد کلی در حوزه رسانه‌های سنتی و مدرن به منظور تحقق تقریب مذاهب اسلامی اشاره داشت: راهبرد نخست- کمک به اتحاد مسلمانان در سراسر جهان با تاسیس یک نهاد اطلاع رسانی و خبری جهانی

راهبرد دوم- حضور و تاثیر گذاری مجمع جهانی تقریب مذاهب اسلامی در معادلات جهان اسلام با بهره گیری از ابزار رسانه‌های کارآمد

ب- اجرای راهبردها

اجرای راهبردها ایجاب می کند که مجمع، هدفهای رسانه‌های خود را با رعایت اولویت مشخص کند، سیاستها را تعیین نماید، و منابع انسانی و مالی را به گونهای تخصیص دهد که راهبردهای تدوین شده به اجرا در آید. اعضای مجمع جهانی تقریب مذاهب اسلامی که جمعی از علما و شخصیت‌های تاثیرگذار جهان اسلام هستند باید با شناخت محیط عمومی کشور خود، با استفاده از ابزار اطلاع رسانی نظیر رسانهها، سامانه‌های اینترنتی، محیط‌های علمی، دینی، دانشگاهی، هنری و ورزشی در اجرای این برنامه فعال باشند.

ج- ارزیابی راهبردها به معنی نظارت و ارزیابی دائمی و مستمر از مراحل اجرایی راهبردهاست. در این فرایند مجمع با نوآوری، تنها به موفقیت‌های موجود بسنده نکرده و به سوی وضعیت مطلوب حرکت میکند.

در حوزه رسانه‌های سنتی:

منظور از این حوزه، نوع دیداری، شنیداری و نوشتاری است از قبیل مطبوعات، رادیو و تلویزیون، رسانه‌های اینترنتی که در خدمت صنعت اطلاع رسانی قرار دارند. بر اساس آمار، رسانه‌های سنتی اصلی‌ترین منبع اطلاع رسانی دینی هستند و حدود 60 درصد مردم در کارکردهای چهارگانه آموزشی، اطلاع رسانی، ارشادی و سرگرمی از این رسانهها تغذیه می شوند.

در این حوزه تاسیس رسانه‌های خبری و اطلاعاتی برای نزدیک سازی جهان اسلام در قالب مجمع بین المللی تقریب مذاهب اسلامی امری ضروری مینماید. تاسیس این رسانه فراگیر برای جهان اسلام، ابزاری مفید در مقابل سیاست‌های رسانه‌های غرب است که با ترفندهای خاص خود وحدت جهان اسلام را تهدید می‌کند. به عبارتی در عصر حاضر که غرب و دشمنان اسلام با در اختیار گرفتن ابزارهای تبلیغاتی و رسانه‌های برای مبارزه با اسلام و مسلمانان فعالیت میکنند، تشکیل رسانه‌های خبری و اطلاعاتی در جهت اهداف تقریب ضروری می‌باشد. این رسانه می‌تواند تحت عنوان خبرگزاری جهانی تقریب با مشارکت کلیه اعضا و به زبان‌های مختلف اداره گردد. خبرگزاری تقریب در صورت مدیریت صحیح می‌تواند از سانسورهای خبری غرب بویژه در عراق، فلسطین جلوگیری کند، موج اسلام ستیزی را مهار نماید و با تاکید بر مشترکات، جهان اسلام را به سوی همگرایی هدایت کند. امروزه شرایط فرهنگ و ارتباطات در جهان اسلام اقتضا می‌کند که انواع ارتباطات سنتی و جمعی در مسیری همگرایانه و نه واگرایانه باشد و تعامل نیروهای اسلامی به گونهای باشد که موجب گردد.

در حوزه رسانه‌های مدرن

رسانه‌های مدرن با توجه به نقش مهم و تاثیرگذار خود، در واقع بهترین عرصه برای ظهور و بروز استعدادها و توانایی‌های تقریبیون است. امروز این فن آوری برای جهان اسلام غریبه نیست و لذا نهادهای فرهنگی از جمله مجمع جهانی تقریب مذاهب نیز باید نگاه ویژه خود را نسبت به فناوری‌اطلاعات و رسانه‌های مدرن تقویت کند. واقعیت این است که ما در جهانی زندگی می‌کنیم که سرعت و عمق تحولات در برخی عرصهها آنچنان بالاست که تاریخ بشر تاکنون نظیر آن را به خود ندیده است. به طور خاص مرکز ثقل این تحولات حوزه فن آوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) است. بر اساس آمار حجم اطلاعات فنی بشر هر دو سال دو برابر می‌شود و پیش بینی میشود که از سال 2010 به بعد این زمان به 72 ساعت برسد. هر روز 3000 کتاب جدید در جهان چاپ میشود. ارزش تخمینی اطلاعات یک هفته روزنامه نیویورک تایمز و یا هشت روز روزنامه تایمز بیش از همه اطلاعاتی است که یک فرد در قرن هیجدهم طی تمام عمر خود بدست می‌آورده است. اولین پیام کوتاه یا SMS در انتهای سال 1995 فرستاده شده و اکنون تعداد پیامهای کوتاه فرستاده شده در هر روز با جمعیت کره زمین برابر است. جهان در حال تجربه جدیدی است. تغییری که اگر چه وجهه غالب آن علمی است، اما خواه ناخواه آثار عمیقی بر سایر ابعاد زندگی انسانها بخصوص در عرصه دین و فرهنگ بر جای گذاشته و عصری جدید را در آیندهای نزدیک فراروی او مینهد. به گزارش سایت سازمان اطلاعات مرکزی آمریکا تعداد کاربران اینترنت بنا بر آمارهای سالهای 2005 تا 2007، بالغ بر 1 میلیارد نفر بوده است. آمار نشان میدهند که تعداد کاربران اینترنت با سرعت انفجار آمیزی میان کشورهای جهان سوم و در حال توسعه، در حال گسترش است. امروز پدیده دیگری به وب 2 جان نشین وب سنتی

شده است. مهمترین اساس وب 2 مشارکت است. [7] در وب سنتی گروه‌های کوچکی از افراد، سایت‌هایی با گرایش محتوایی مشخص ایجاد می‌کردند و افراد زیادی آنها را می‌خواندند، ولی در وب 2 گروه‌های بیشتری از افراد می‌نویسند و محتوای تولید شده توسط آنها با هم توسط خودشان سازماندهی می‌شوند. تولید محتوا و پردازش در وب 2 میتواند به صورت وبلاگنویسی، آپلود عکس و کلیپ در سرویس‌های اشتراک عکس و ویدئو، برجسبگذاری یا تولید فرهنگ‌های مشارکتی یا همان ویکی‌ها باشد. با توجه به این وضعیت اکنون در حیطه‌ی روابط دینی و فرهنگی بایستی در کنار حوزه‌های ملی و بین‌المللی به حوزه سایبر یا فضای مجازی نیز بیندیشیم. شاید نخستین چیزی که در این فضا جلب نظر می‌کند حضور کم‌رنگ و یا اصولا عدم حضور دولتهاست. دومین موضوع نیز حضور ضعیف مسلمانان در این فضا میباشد. در جهانی بنام وب 2 که با هزاران اجتماع کوچک و بزرگ و میلیون‌ها نفر انسان، می‌توان مستقیماً به تعامل پرداخت مسلمانان غیر فعال و دشمنان جهان اسلام و بخصوص اتحاد اسلامی بشدت فعال هستند. بر این اساس با ایجاد گروه‌های دینی و شبکه‌های موضوعی رایگان در موضوعات تقریبی و ارائه مطالب متنوع، میتوان مسلمانان جهان و به خصوص طلاب و دانشجویان را در جوامع هدف با اهداف تقریب مذاهب اسلامی آشنا کرد. در قدم‌های بعدی و با توجه به بازخوردهای فعالیت‌های اولیه می‌توان با طراحی نرم افزارهای کاربردی جذاب و جهت‌دار روی پلت‌فرم این شبکه‌ها، محیط زیرشبکه‌های ایجاد شده را کاربردی‌تر و جذاب‌تر نمود و به مدد آن اعضای بیشتری را به این مجامع جذب نمود. کنفرانس‌های موضوعی، جلسات بحث و تبادل نظر، گروه‌های کاری روی مسائل فرهنگی، معرفی و ارائه و تبادل آثار هنری، آموزش، معرفی منابع فرهنگی - دینی و تقریباً هر نوع فعالیت دیگری در چهارچوب این شبکه‌ها ممکن است. عدم محدودیت ایجاد زیرشبکه این امکان را فراهم می‌آورد که بتوانیم شبکه‌های مختلف برای مخاطبین در رده‌های سنی متفاوت و نیز با ادیان و دیدگاه‌های فکری متفاوت داشته باشیم. برای آشنائی بیشتر با این فضای جدید، بطور اختصار فضا‌های مورد نظر معرفی می‌گردد.

بلاگها

برای استفاده کاربردی از بلاگ و نفوذ موثر در وبلاگستانها، تهیه شناسنامه‌ی اجمالی از بلاگ‌های فارسی، عربی و انگلیسی مرتبط در قالب يك بانك اطلاعاتی و سپس به روز آوری مستمر آن ضروری است.

از این ظرفیت به دو شکل میتوان استفاده کرد، نخست حضور غیر مستقیم در بلاگ‌های با ترافیک بالا که موضوعاتشان در حیطه فعالیت‌های اسلامی است. این حضور میتواند به شکل بحث‌های محتوایی در قالب کامنت و یا ارتباط با صاحبان این وبلاگها و ارائه مطالب جهت‌دار در آنها باشد. دوم ایجاد وبلاگ‌های فعال و جذاب با موضوعات دینی با تاکید بر تقریب مذاهب اسلامی به زبان‌های زنده‌ی دنیا، که میتواند روی

افشار فرهیخته و مومن بسیار تاثیر گذار باشد.

پخش ویدیوئی

ایجاد چند کانال تلویزیونی با موضوعات تقریبی که ویدئو کلیپهای متنوعی در حوزه دین و دیگر موضوعات جذاب را در چهارچوب فیلمهای خبری، مصاحبه، کلیپهای هنری و امثال آن را در خود جای دهند، میتواند مخاطبین زیادی از کشورهای مختلف جذب نماید. حضور فعال در کانالهای مرتبط دیگر و ارائه مستمر نظرات اصلاحی و تشویقی نیز از دو جهت مفید است، یکی بسط ارتباطات و جذب مخاطب بیشتر برای کانالهای خودی و دیگری جهت دهی به حرکتیهای فرهنگی همسو در این محیط

خوراکهای خبری

استفاده از RSS در همه سایتیهای اینترنتی وابسته جهت ایجاد سهولت در استفاده از آنها و افزایش تعداد مراجعین به این سایتهاست. خوراکهای خبری و تحلیلی را می توان به صورت موضوعی و با طبقه بندیهای متنوع نیز عرضه کرد تا برای سنین و سلائق و مناطق مختلف به طور مجزا جذاب و قابل استفاده باشد.

اطلاعات رفتاری کاربران

یکی از در دسترس ترین این سرویسها trend Google است که می تواند جهت استخراج، دسته بندی و تدوین رفتارهای فرهنگی و گرایشات مناطق مختلف جهان در محیط وب مورد استفاده قرار گرفته و خروجیهای آن جهت ارائه خدمات فرهنگی چه در محیط وب و چه به صورت فیزیکی مورد بهره برداری قرار گیرند. این سرویس به دلیل توانایی تبدیل گرایشات فکری و علائق کاربران اینترنت به قالبهای آماری و از آن مهمتر تفکیک منطقهای و جغرافیائی این گرایشات نقش بسیار مهمی در فعالیتهای رصد و پایش جریانات فکری جهان اسلام است.

ویکی پدیا نیز یکی از بزرگترین ظرفیتهای رایگان اینترنت است که مانند اغلب ظرفیتهای آنلاین بیشتر از سوی مخالفین اسلام و اتحاد مسلمانان مورد استفاده بوده است. در همه زمینها و همه زبانها میتوان مقالات مورد نظر را در ویکی پدیا به صورت رایگان عرضه و در مورد موضوعات موجود با رعایت شرایط عمومی ویکی پدیا، ویرایشهای جدید ارائه داد. این مقالات به دلیل پرمراجعه بودن خود سایت از یک طرف و ارجاع دادن موتورهای جستجو به آن از سوی دیگر، ترافیک بالایی خواهند داشت.

ایجاد ویکیهای مستقل نیز در موضوعات فرهنگ و دین با توجه به آزاد بودن انتشار مقالات در آن (و البته امکان کنترل کلی) می تواند مخاطبین زیادی را به بحث و چالش در فضا بکشانند. در مجموع محیط وب 2 محیطی باز، آزاد و رایگان برای نقد و ارزیابی اندیشهها، طرح تفکرات ناب دینی، تعاملات فرهنگی و برقراری شکل جدیدی از روابط فرهنگی است. این روابط از پس کوجهای قوانین و مقررات فعالیتها فرهنگی در ممالک بیگانه و موافقتنامهها و تفاهم نامههای دولتی نمی گذرد، بلکه به صورتی پویا، سریع و جذاب، مخاطب نهائی و مصرف کننده فرهنگی را هدف گرفته است. وب 2.0 می تواند آنتی تز خود باشد، اگر مجمع جهانی تقریب مذاهب اسلامی به سرعت و با آموزش لازم علمای اسلام و پژوهشگران مسلمان را به حضور در آن برانگیزانند. با توجه به خصوصیات که در مورد وب 2 بیان شد تعبیر میدان جنگ یا عرصه‌ای کارزار در بیانات مقام رهبری بسیار با این خصوصیات نزدیک است و رهنمودهای ایشان بایستی فراروی فعالیتها فرهنگی در این محیط باشد.

نکته مهم فرهنگ سازی در مورد ضرورت حضور فعال اطلاعاتی در حوزههای دین و فرهنگ درون محیطهای آزاد طرح اندیشه مانند ویکیها و بلاگها به عنوان یک واجب کفائی است. محیطهای دانشگاهی و حوزوی وبه طور عام فرهنگی بایستی به وب 2 به مثابه یک جامعه انسانی بزرگ با امکانات ارتباطی بس قوی و رایگان بنگرند که بدون هیچ مانعی از جمله دخالتهای دولتی و مقررات دست و پاگیر فرهنگی با کمترین امکانات میتوان به طور مستقیم با جامعه مخاطب ارتباطی دوسویه برقرار ساخت، شبکههای مجازی با موضوعات جذاب فرهنگی ایجاد کرد و دادههای علمی - دینی را به اشتراک نهاد. حتی امکان نقد دادههای دیگران نیز بدون هیچ مشکلی فراهم است. اگر مسجد و منبر به عنوان یک بستر ارتباطی و طرح مسائل دینی، فرهنگ خاص خود را داشت و دارد و در چهارچوب آن میتواند در انتقال مثبت محتوا به مخاطب موفق باشد، وب 2 نیز فرهنگ مخصوص خود را دارد و مناسبات و ساختارهای حاکم برآنند که این فرهنگ را میسازند و ما برای توفیق در ارائه و انتقال محتوا در این فضا، تسلط لازم را بر آن فرهنگ داشته و در جامعه کاربران مسلمان نیز این تسلط را ایجاد نمائیم. ارتباطات دینی در فضای سایبر به اشکال مختلفی

میتواند انجام شود. بسته به نوع مخاطب، تولیدکننده، جنس مصرف کننده، تعداد و... متفاوت است.

استفاده ی دینی از فضای سایر ارتباطات مسلمانان را با مسلمانان و غیر مسلمانان مستحکم میکند و امکان مقایسه و مقابله گروههای دینی مختلف را فراهم میآورد.

نتیجه گیری

در پایان، با توجه به موضوع جهانشمولی اسلام و جهانی سازی در کنفرانس وحدت اسلامی و نیز مباحثی که بیان شد، نتایج و پیشنهادهای زیر ارائه میگردد :

* آموزش اعضای مجمع جهت چگونگی استفاده از فناوری ارتباطات و اطلاعات و استفاده از تکنولوژی مدرن برای کاهش شکاف بین مذاهب جهان اسلام ضرورت دارد. اعضای مجمع باید در حوزه فعالیت خود نخست ترفندهای رسانهای برای ایجاد تفرقه در سطوح ملی و فراملی را بشناسند و سپس با تعیین راهکارهای اجرائی به خنثی سازی تهدیدات بپردازند.

* با آموزش لازم رسانه ای، هر يك از اعضای مجمع تقریب مذاهب اسلامی در کشورهای خود به ایجاد و تقویت مناسبات رسانهای سنتی و مدرن با اهداف تقریبی همت گمارد. در این ارتباط برپایه يك کارگاه آموزشی در فاصله بین دو اجلاس مفید میباشد.

* ایجاد زیرساختهای رسانهای در حوزه رسانهای سنتی و مدرن در کشورهای مختلف با کمک اعضای مجمع و ایجاد ارتباط مستمر و منظم بین اعضای مجمع در کشورهای مختلف و بهره گیری از تجارب رسانهای یکدیگر ضرورت دارد.

* گسترش سواد دیجیتالی به منظور ایجاد نگرش نوین در روند بهره گیری از رسانه - تشویق دولتهای اسلامی توسط اعضای مجمع جهت استفاده مجامع تقریبی از فناوری اطلاعات و ارتباطات در جهت تقویت وحدت جهان اسلام.

* راه اندازی سامانههای اینترنتی و ایجاد وب لاگها به زبانهای مختلف جهت استفاده از فضای مجازی،

استفاده از فضای مجازی امروز نسبت به سالهای قبل بسیار پررنگتر و برجستهتر است و هر چه زمان به پیش میرود امکان بهره‌برداری از فضای مجازی برای اقدامات تقریبی بیشتر میشود. در عصر کنونی نمایشگاه‌های هنری، کتاب و جلسات بحث و کلاسهای آموزشی در فضای مجازی عملیتر است، امروز حتی برخی از برنامه‌ها نظیر استفاده از دروس حوزوی علمای اسلام را بر روی سامانه اینترنتی می‌توان دید.

* در حوزه رسانه‌های سنتی شناسایی و ارتباط با رسانه‌های تاثیرگذار در افکار عمومی نظیر خبرنگاران، روشنفکران، هنرمندان و سازمان‌های غیر دولتی و تشویق و هدایت آنان در مسیر تقویت فرهنگ تقریبی در جوامع اسلامی باید در دستور کار قرار گیرد.

منابع:

1- وب 2 و ضرورت نو اندیشی در حوزه روابط فرهنگی، افتخاری فرید، نشریه چشم انداز، سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، 1378

2- يك مطالعه تطبیقی پیرامون برنامه‌های اسلامی تلویزیون ایران و کلیسای الکترونیک، دکتر ناصر باهنر

3- ارتباطات دینی و جهانی شدن؛ رسانه‌های سنتی و مدرن، دکتر ناصر باهنر

4- سایبر دیپلماسی رسانه‌ها، دکتر رها خرازی آذر، سایت جام جم

5- آشنایی با تعریف و مبانی دیپلماسی سایبر؛ دیپلماسی افکار عمومی،

<http://yazdit.mihanblog.com/post/978>

6- چشم انداز مدیریت رسانه، <http://www.afarineshdaily.ir/News/afarinesh/14553=NID.aspx>

7- تعریف رسانه بر مبنای الگوی اسلامی - ایرانی ضرورت تحول در مبانی علم ارتباطات، قاسم

8- تقریب ضرورتی فراموش شده! نویسنده: محمد جواد، http://www.rasaneh.com/parsiblog/68191.htm

[1] - سفیر سابق جمهوری اسلامی ایران در کشورهای تایلند، ازبکستان و زامبیا

[2] - در دیدار علما و روحانیون کرمان (2/11/84)

[3] - يك مطالعه تطبیقی پیرامون برنامه‌های اسلامی تلویزیون ایران و کلیسای الکترونیک، دکتر ناصر باهنر، http://www.isu.ac.ir/Publication/Quarterly-Research/Quarterly-Research/16_Quarterly_Research/Quarterly_1603.htm

[4] - www.basirat.ir/news.aspx?newsid=11953

[5] - www.basirat.ir/news.aspx?newsid=11953

[6] - ارتباطات دینی و جهانی شدن؛ رسانه‌های سنتی و مدرن، ناصر باهنر،
http://www.kalemeh.org/article28.aspx

[7] - وب 2 و ضرورت نو اندیشی در حوزه روابط فرهنگی، افتخاری فرید، نشریه چشم انداز، سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی 1378